



მედიის ფინანსური გამჭვირვალობა 2016

ავტორები: მარიამ პატარიძე, გელა ბოჩიაშვილი, დალი ქურდაძე
რედაქტორი: თამარ კინწურაშვილი
დიზაინი: თამარ ტაბატაძე, მაკო ცუცქერიძე

მედიის განვითარების ფონდი

www.mdfgeorgia.ge

www.mediameter.ge

მთავარი მიზნები	4
1. სამუშაო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები	5
2. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა	11
3. საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიაზე, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდისკვლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ	17

შესავალი

წინამდებარე კვლევა მიზნად შეიძინა ფინანსური შემოსავლების შესწავლა და მედიაში ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით საბიუჯეტო სახსრების განაწილების პრაქტიკის შესწავლას ისახავს მიზნად.

ანგარიში ეყრდნობა დოკუმენტების ანალიზს, საჯარო დაწესებულებებიდან გამოთხოვილ ოფიციალურ ინფორმაციას, კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის ვებ-გვერდსა და სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს ელექტრონულ მონაცემთა ბაზაში ხელმისაწვდომ დოკუმენტაციას, ასევე მედიაში გავრცელებულ ცნობებს.

პირველი ნაწილი მაუწყებლების მიერ დეკლარირებულ შემოსავლებს ასახავს, მეორეში საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ ინფორმაციისა და რეკლამის გავრცელების მიზნით მედია საშუალებებთან კონტრაქტების გაფორმების პრაქტიკაა მიმოხილული. ცალკე არის გამოყოფილი ის მედია საშუალებები, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და საბიუჯეტო კონტრაქტებს იღებენ.

ანგარიში 2016 წლის პერიოდს ასახავს.

მთავარი მიზნები

2016 წელს შემდეგი ტენდენციები გამოიკვეთა:

- 2015 წელთან შედარებით 2016 წელს სატელევიზიო მედიის შემოსავლები 10,8 მლნ ლარით გაიზარდა. ბაზარზე კვლავ დომინირებდა რუსთავი 2, რომელსაც მეორე ადგილზე მყოფი ტვ “იმედი” 16,2%-ით ჩამორჩებოდა.
- მიუხედავად დიდი ნაციონალური არხების შემოსავლების ზრდის ტენდენციისა, მათი წილი ბაზარზე წინა წლებთან შედარებით შემცირდა, რადგან სარეკლამო თანხების სხვა მცირე მოთამაშეებზე გადანაწილება მოხდა.
- მაღალი შემოსავლების მქონე ტელევიზიებიდან ტვ “ობიექტივი” ერთადერთია, რომლის შემოსავლის დიდ წილს (38,3%) შემოწირულობები შეადგენს.
- 2016 წელს რადიოების შემოსავალმა 2015 წელთან შედარებით 1,2 მლნ ლარით იკლო.
- მართალია, 2016 წელს 2015 წელთან შედარებით მედია საშუალებებთან საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება 2 970 119 ლარით შემცირდა, თუმცა, თითქმის გაორმაგდა ონლაინ მედიასთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება.
- ტელევიზიებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება რუსთავი 2-თან და თითქმის იდენტური “იმედთან” გაფორმდა, რეგიონულებიდან ქვემო ქართლის ტელევიზიასთან.
- რადიოებიდან სიბიუჯეტო კონტრაქტების მხრივ ლიდერობს “იმედი”, ხოლო ონლაინ მედიიდან “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემავალი გამოცემები.
- ბეჭდვით მედიაშიც ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი პალიტრა ჰოლდინგში შემავალ გაზეთ “კვირის პალიტრასთან” გაფორმდა, რომელსაც “რეზონანსი” მოსდევს, ხოლო რეგიონული მედიიდან ლიდერობს “ლიტერატურული მესხეთი”.
- ონლაინ და ბეჭდურ მედიაში დაფინანსებული შინაარსის სარედაქციო მასალებისგან გამიჯვნა უმეტეს შემთხვევებში არ ხდება. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ზოგიერთი კონტრაქტი კი სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზებას წარმოადგენს.
- საბიუჯეტო ორგანიზაციები აგრძელებენ კონტრაქტების გაფორმებას ისეთ მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ. წინა პერიოდისგან განსხვავებით, 2016 წელს კონტრაქტორთა შორის ღიად პრორუსული გამოცემა “თბილისი 24” აღმოჩნდა, რომელიც პრორუსულ პარტია “ცენტრისტებთან” დაკავშირებული ორგანიზაციაა. აღნიშნულ გამოცემაში საინფორმაციო კამპანიას სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო ახორციელებს.

1. სამაუწყებლო მედიის დეკლარირებული შემოსავლები

შემაჯამებელი პარაგრაფი: 2015 წელთან შედარებით 2016 წელს სატელევიზიო მედიის შემოსავლები 10,8 მლნ ლარით გაიზარდა. ბაზარზე კვლავ დომინირებდა რუსთავი 2, რომელსაც მეორე ადგილზე მყოფი ტვ “იმედი” 16,2%-ით ჩამორჩებოდა. მიუხედავად დიდი ნაციონალური არხების შემოსავლების ზრდის ტენდენციისა, მათი წილი ბაზარზე წინა წლებთან შედარებით შემცირდა, რადგან სარეკლამო თანხების სხვა მცირე მოთამაშეებზე გადანაწილება მოხდა. მაღალი შემოსავლების მქონე ტელევიზიებიდან ტვ “ობიექტივი” ერთადერთია, რომლის შემოსავლის დიდ წილს (38,3%) შემოწირულობები შეადგენს. 2016 წელს რადიოების შემოსავალმა 2015 წელთან შედარებით 1,2 მლნ ლარით იკლო.

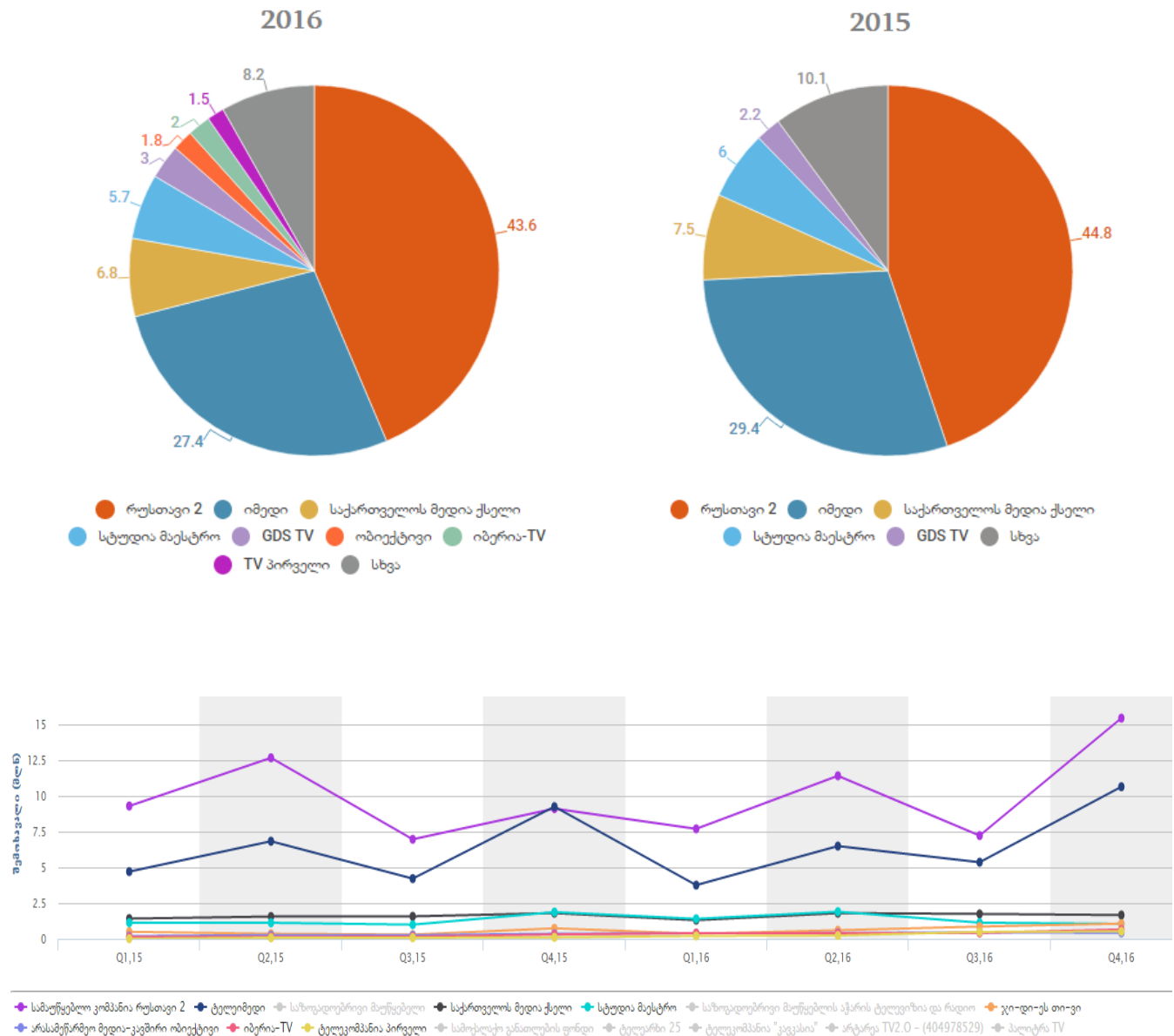
ბეჭდური მედია. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მონაცემების მიხედვით¹, 2016 წელს სატელევიზიო მაუწყებლების შემოსავალმა 95,7 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2015 წლის მონაცემებთან (84,9 მლნ ლარი) შედარებით 10,8 მლნ ლარით მეტია.

2016 წლის მონაცემებით, რუსთავი 2 მედია ბაზარზე კვლავ დომინირებდა. მისმა შემოსავალმა 2016 წელს 41,7 მლნ ლარი შეადგინა, რაც 2015 წელთან შედარებით 3,7 მლნ ლარით მეტია. ტელეკომპანია “იმედი” “რუსთავი 2”-ს 16,2%-ით ჩამორჩება. 2016 წელს მთლიან შემოსავლების მხრივ მეორე დიდი ნაციონალური არხის - “იმედის” წილი 1,2 მლნ ლარით გაიზარდა (5%-ით) და 26,2 მლნ ლარი შეადგინა. ბაზარზე მესამე ადგილზეა (6,8%) საქართველოს მედია ქსელი, რომელის შემოსავლები მეტწილად კონტენტის რეალიზების ხარჯზე წინა წელთან შედარებით 2,6 %-ით გაიზარდა და 6 520 873,18 ლარი შეადგინა. შემოსავლები გაეზარდა ტელეკომპანია მაესტროს 7,1 %-ით (2016 წ: 5 487 945 ლარი) და GDS-საც (1 005 099,5 ლარით), ამ უკანასკნელის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 53.2 %-ით გააუმჯობესა. სტუდია მაესტროსა და GDS-ის შემთხვევაშიც შემოსავლის ძირითადი წყარო სატელევიზიო რეკლამა იყო. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ GDS-ის 2016 წლის შემოსავლის 66 % (1 927 534,36 ლარი) III და IV კვარტალში (1 ივლისი- 31 დეკემბერი) დაფიქსირდა, აქედან რეკლამის წილი (1 368 257,23) 70 %-ია.

მიუხედავად იმისა, რომ მაღალი შემოსავლის მქონე დასახელებული 8 ტელეკომპანიის შემთხვევაში, 2016 წელს ყველას შემოსავალი გაიზარდა, ბაზარზე მათი წილი წინა პერიოდთან შედარებით შემცირდა, რადგან თანხების სხვა მოთამაშეებზე გადანაწილება მოხდა. კერძოდ, ტელეკომპანიების: რუსთავი 2-ის (2015 წ.44,8 %, 2016: 43,6%), იმედის (2015 წ.29,4%, 2016: 27,4%), საქართველოს მედია ქსელისა (2015 წ.7,5%, 2016: 6,8%) და მაესტროს (2015 წ.6%, 2016: 5,7%) წილი ბაზარზე წინა წელთან შედარებით შემცირდა.

¹ ბოლო წვდომა 31 იანვარი, 2016

დიაგრამა 1.1. ტელევიზიების 2015 და 2016 წლების სატელევიზიო შემოსავლები მედიების მიხედვით



როგორც დიაგრამა 1.1-დან ჩანს, 2016 წელს შედარებით მცირე ტელევიზიების შემოსავლის მხრივ ცალკე სუბიექტებად იმკვიდრებენ ბაზარზე თავს. ესენია: იბერია TV - 2%, მედია-კავშირი ობიექტივი - 1,8%, ტელეკომპანია პირველი - 1,5%. სხვა ტელევიზიების შემოსავლები კი, რომელშიც რეგიონული მედიაც შედის, ჯამურად 8,2%-ს შეადგენს. აღსანიშნავია, ტელეკომპანია პირველის სარეკლამო შემოსავლების მკვეთრი ზრდა 2015 წელთან შედარებით (1,18 მლნ ლარით - 1036,6%), რაც არხზე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემების დაწყებას შესაძლოა უკავშირდებოდეს (2015, წ.: 113 587,79; 2016: 1 291 060,94 ლარი).

ტელეკომპანია პირველი 2016 წელს შემოსავლების მხრივ 8 ყველაზე დიდ ტელევიზიას შორის მოხვდა. აღსანიშნავია, რომ ტელეკომპანია ტაბულას 2016 წელს ფინანსური შემოსავლები

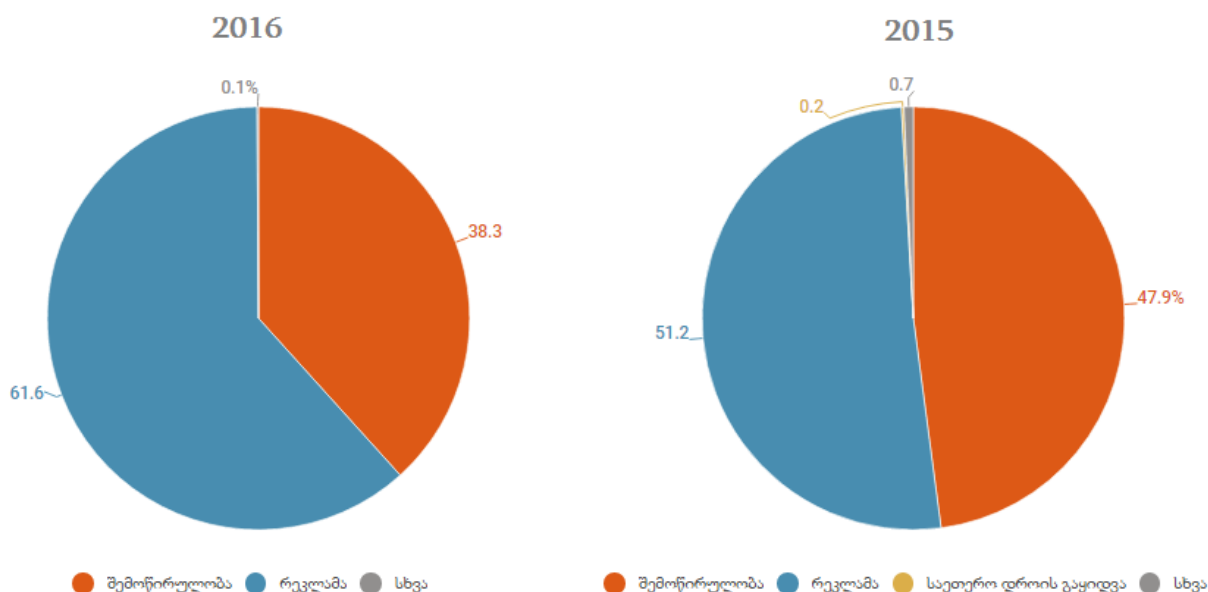
გაუნახევრდა (54 %-ით შეუმცირდა) და 2016 წელს 516 795, 42 ლარი შეადგინა.

ცხრილი 1.1. ტელეკომპანიების შემოსავლების ზრდა

ტელევიზიები	2015	2016	ზრდა
ტელეკომპანია პირველი	283 342,03	1 454 392,85	413%
იბერია TV	747482,28	1 874 729,23	150%
არასამეწარმოო მედია-კავშირი ობიექტივი	1080873,27	1 691 397	56%

“ობიექტივის” შემომწირველები. ტელეკომპანიების შემოსავლების ძირითად წყაროს რეკლამა, სპონსორობა და საეთერო დროის გაყიდვა წარმოადგენს. დიაგრამა 1.1-ზე გამოსახული იმ 8 ტელეკომპანიიდან, რომლებიც შემოსავლის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით გამოირჩევიან, მედია-კავშირი “ობიექტივი” ერთადერთი ტელევიზიაა, რომლის შემოსავლის მნიშვნელოვან წყაროს (38,3 %) შემოწირულობები შეადგენს. 2015 წელს ტელეკომპანიის შემოწირულობები 48 % იყო, ხოლო 2016 წლის შესაბამის პერიოდში ამ მაჩვენებელმა 38,3% შეადგინა. ამასთან 8,5 % “ობიექტივის” მფლობელის შემოწირულობაა, ხოლო 91,5 % - სხვა პირების.

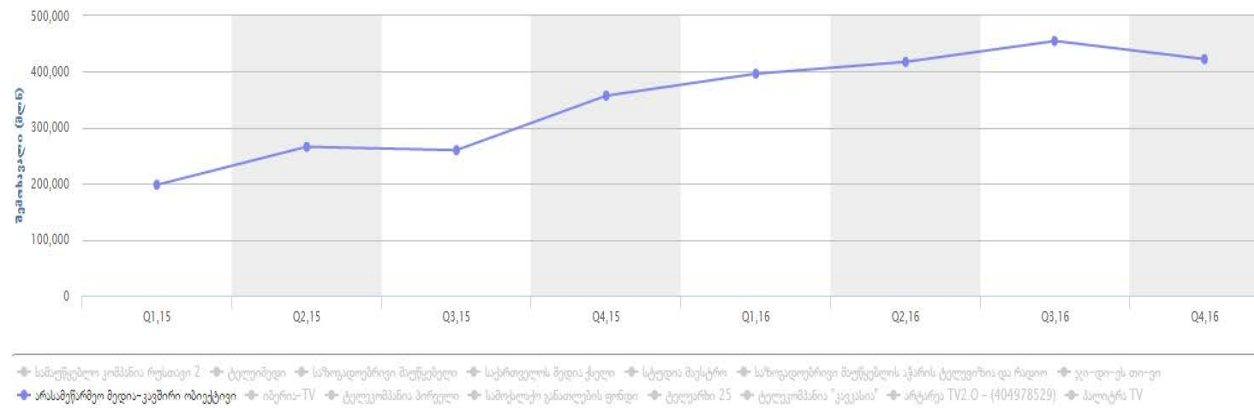
დიაგრამა 1.2. მედია-კავშირ “ობიექტივის” 2015 და 2016 წლის შემოსავლის წყაროები



აღსანიშნავია ისიც, რომ ტელეკომპანია ობიექტივის მთლიანი შემოსავალი 2015 წელთან შედარებით 2016 წელს 1,6-ჯერ გაიზარდა და 1 691 397 ლარი შეადგინა. 2015 წელთან შედარებით 2016 წელს ობიექტივის შემოსავლებში შემოწირულობებით მიღებული შემოსავალი 129 672 ლარით მეტი იყო, თუმცა ერთიან შემოსავალში შემოწირულობების ხვედრითი წილი 2016 წელს 9,6 %-ით შემცირდა, სარეკლამო შემოსავალი კი გაორმაგდა (გაიზარდა 1,9 ჯერ), რაც შესაძლოა, 2016 წლის

საპარლამენტო არჩევნებს და ბაზარზე პოლიტიკური რეკლამის შემოღებას უკავშირდებოდა. “ობიექტივი” პოლიტიკურ გაერთიანება “პატრიოტთა ალიანსთან”² დაკავშირებული მედია საშუალებაა.

დიაგრამა 1.3. “ობიექტივის” შემოსავლების ზრდის დინამიკა 2015 და 2016 წლებში



მედია-კავშირის ობიექტივი	2015	2016
რეკლამა	553 561 ლარი	1 042 084 ლარი
შემოწირულობები	517 975 ლარი	647 647 ლარი
საეთერო დროის გაყიდვა	2 119 ლარი	0
სხვა	7 218,27 ლარი	1 666 ლარი
ჯამი	1 080 873,27 ლარი	1 691 397 ლარი

საზოგადოებრივი მაუწყებელი და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის მონაცემების მიხედვით,³ 2016 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის შემოსავალმა 40,7 მლნ (40 688 728,99) ლარი შეადგინა. აქედან სპონსორობით მიღებული შემოსავალი 3,6 %-ს შეადგენს, რეკლამა 0,8 %-ს, ტექნიკური მომსახურება 0,2 %-ს, შემოსავლის ძირითად წყაროს 95,3-ს (38768651,47 ლარი) კი სხვა სახით - მიღებული შემოსავალი წარმოადგენს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან მოწოდებული ინფორმაციით, სხვა შემოსავალი აერთიანებს შემდეგი სახით მიღებულ შემოსავლებს: ასიგნები სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, გრანტი (გადაცემები),

² <http://mediameter.ge/ge/media-profiles/obiectivi>

³ ბოლო წვდომა 23 თებერვალი, 2016

დებიტორული დავალიანება (აღსრულების ეროვნული ბიურო), დეპოზიტის პროცენტი, საიჯარო შემოსავალი, მიღებული პირგასამტეხლო და საარქივო მომსახურება;

რაც შეეხება, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს, 2016 წელს მისი შემოსავალი 6,3 მლნ (6 313 269,76) ლარი იყო.

საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასა და რადიოს 2016 წლის შემოსავლების 2015 წლის მონაცემებთან შედარება წარმოდგენილი არ არის, ვინაიდან დასახელებულ ტელეკომპანიებს 2015 წელს კომისიისთვის შემოსავლების შესახებ ინფორმაციის წარდგენის ვალდებულება არ ჰქონდათ. კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის გადაწყვეტილებით⁴, ფინანსური ანგარიშგების ფორმების კომისიისთვის წარდგენის ვალდებულება ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებულ/ლიცენზიის მფლობელ პირებთან ერთად, **ყველა მაუწყებელს, შესაბამისად** საზოგადოებრივ მაუწყებელს და საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიასაც გაუჩნდათ.⁵

რადიომაუწყებლები. 2016 წელს რადიოების შემოსავალმა 2015 წელთან შედარებით 1,2 მლნ ლარით იკლო და 12 034 887,74 ლარი შეადგინა. 2015 წელს კი აღნიშნული მონაცემი 13 227 847,09 ლარი იყო.

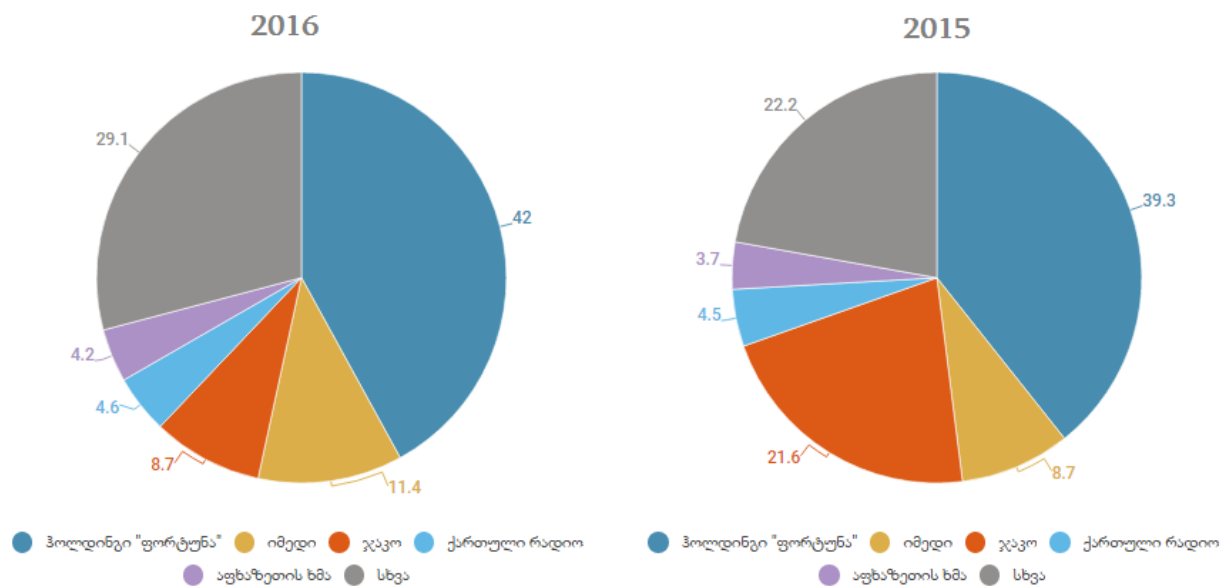
2015 წლის მსგავსად ბაზარზე კვლავ რადიო ჰოლდინგი “ფორტუნა” დომინირებდა, რომლის შემოსავალმა 5 050 494 ლარი შეადგინა. მიუხედავად იმისა, რომ 2015 წელთან შედარებით კომპანიის შემოსავალმა 151 505 ლარით იკლო, ბაზარზე რადიო “ფორტუნას” ხვედრითი წილი გაიზარდა (2015 წ. 39,3%, 2016:42 %). შემდეგ ადგილზეა რადიო “იმედი” 1 377 286 ლარით, რომლის შემთხვევაშიც, წინა წელთან შედარებით შემოსავლის ზრდა (230 251 ლარით) დაფიქსირდა. რადიო იმედის შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროს რეკლამა 64,5 % და სპონსორობა 34,6 % წარმოადგენს. მესამე ადგილზეა რადიო კორტესი-გიდაგო (რადიო ჯაკო, 1 052 071,98 ლარი), რომლის შემოსავალი წინა წელთან შედარებით 1,8 მლნ ლარით შემცირდა. მისი შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროს (79 %) კონტენტის რეალიზება წარმოადგენდა.

2016 წელს, მაღალი შემოსავლის მქონე რადიო ხუთეულს შორის, წინა წელთან შედარებით, შემოსავლები მხოლოდ 2 რადიოს გაეზარდა: ყველაზე დიდი ზრდა (230 251 ლარი- 20%) რადიო იმედის შემთხვევაში აღინიშნა, უმნიშვნელო ზრდა (4 979,96 - 1%) კი - აფხაზეთის ხმის შემთხვევაში. 2016 წლის ბოლოს წლიური შემოსავლით (554 425 ლარით) ქართულმა რადიომ ხუთეულში რადიო მწვანე ტალღა (445 364,33 ლარი) ჩაანაცვლა.

⁴ <http://gncg.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2016-95-19.page>

⁵ http://www.mdfgeorgia.ge/uploads/library/45/file/Geo_election_media_.pdf - წინასაარჩევნო მედია გარემო, ანგარიში 2016

დიაგრამა 1.4. 2015 და 2016 წლების შემოსავლები რადიოების მიხედვით

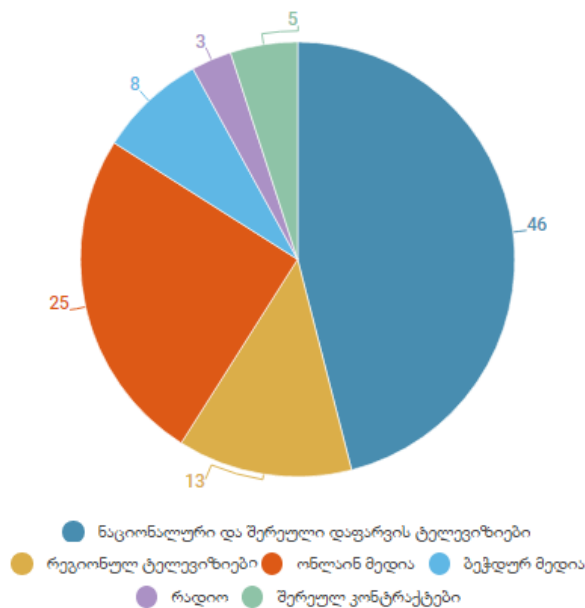


2. რეკლამისა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო თანხების განაწილების პრაქტიკა

შემაჯამებელი კარგბრაფი: მართალია, 2016 წელს 2015 წელთან შედარებით მედია საშუალებებთან საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება 2 970 119 ლარით შემცირდა, თუმცა, თითქმის გაორმაგდა ონლაინ მედიასთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება. ტელევიზიებიდან ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულება რუსთავი 2-თან და თითქმის იდენტური “იმედთან” გაფორმდა, რეგიონულებიდან ქვემო ქართლის ტელევიზიასთან. რადიოებიდან ამ მხრივ ლიდერობს “იმედი”, ხოლო ონლაინ მედიიდან “პალიტრა მედია” ჰოლდინგში შემაჯავალი გამოცემები. ბეჭდვით მედიაშიც ყველაზე მეტი ღირებულების კონტრაქტი პალიტრა ჰოლდინგში შემაჯავალ გაზეთ “კვირის პალიტრასთან” გაფორმდა, რომელსაც “რეზონანსი” მოსდევს, ხოლო რეგიონული მედიიდან ლიდერობს “ლიტერატურული მესხეთი”.

ერთიანი მონაცემები: 2016 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა სარეკლამო და საინფორმაციო მომსახურების მიზნით მედია საშუალებებთან 5 232 608 ლარის ღირებულების მომსახურების კონტრაქტი გააფორმეს. აღნიშნული თანხის 46 % (2 416 232) ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, 13 % (662 323) - რეგიონულ ტელევიზიებზე, 25 % (1 293 027) - ონლაინ მედიაზე, 8 % - ბეჭდურ მედიაზე (445 332), 3 % (137 008) - რადიოზე; 5 % (278 686) - შერეულ კონტრაქტებზე გადანაწილდა, რომლებიც სხვადასხვა ტიპის მედია საშუალებებს მოიცავს. ვინაიდან გარკვეული კონტრაქტების საფუძველზე შეუძლებელია იდენტიფიცირება, კონკრეტულად რომელი ტიპის მედიას გადაერიცხა თანხა, ჩვენ ეს მონაცემი ცალკე კატეგორიად “შერეულ კონტრაქტებად” გამოვყავით.

დიაგრამა 2.1. საბიუჯეტო კონტრაქტების გადანაწილება მედია საშუალებების ტიპოლოგიის მიხედვით, 2016



2016 წელს 2015 წელთან შედარებით საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა მედია საშუალებებთან 2 970 119 ლარით ნაკლები ღირებულების ხელშეკრულება გააფორმეს. თუმცა, ონლაინ მედიასთან

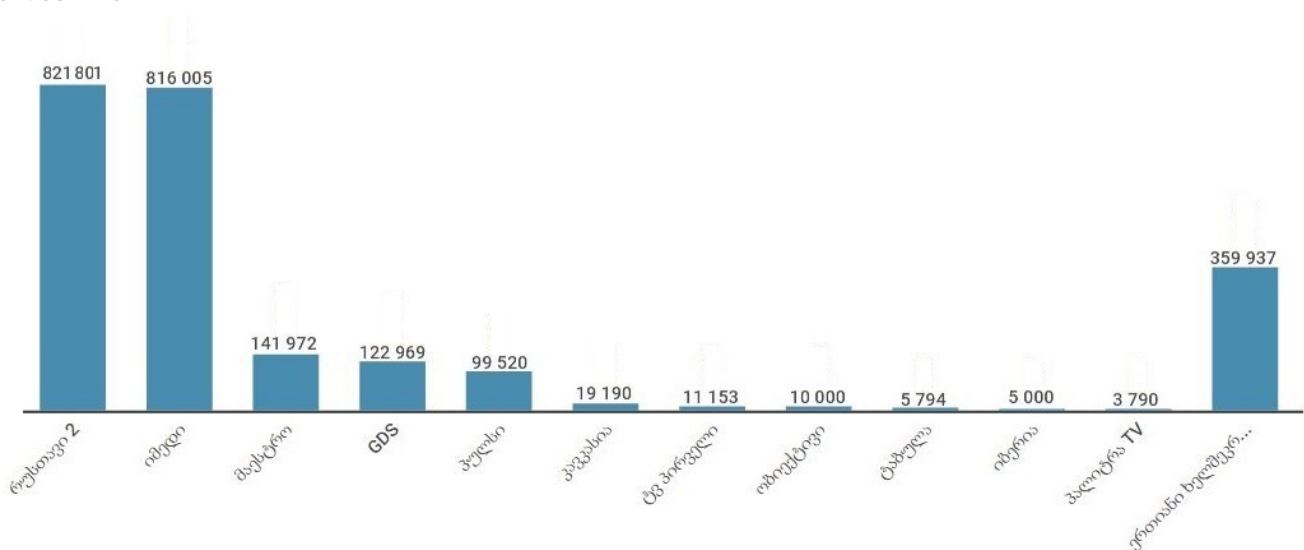
გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება თითქმის გაორმაგებულია და 46%-ით არის გაზრდილი, რადიოებიდან კი მხოლოდ 3%-ით. ამავე დროს ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების ღირებულება 3,5 მილიონი ლარით არის შემცირებული. ონლაინ და ბეჭდურ მედიაში დაფინანსებული შინაარსის სარედაქციო მასალებისგან გამიჯვნა უმეტეს შემთხვევებში არ ხდება. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ზოგიერთი კონტრაქტი კი სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევის ფორმალიზებას წარმოადგენს.

მაუწყებლები. 2016 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებმა ტელევიზიებთან 3 078 555 ლარის ხელშეკრულებები გააფორმეს. მათი დიდი ნაწილი - 2 416 232 ლარი ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებზე მოდის, დარჩენილი - 662 323 ლარი კი რეგიონულ მაუწყებლებზე.

ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები. ტელევიზიებს შორის ყველაზე მეტი ღირებულების - 821 801 ლარის ხელშეკრულება რუსთავი 2-თან გაფორმდა, მას მცირედით ჩამორჩება იმედი (816 005 ლარი). შემდეგ ადგილებზე არიან: მაესტრო (141 972), GDS (122 969), პულისი (99 520), კავკასია (19 190), ტვ პირველი (11 153), ობიექტივი (10 000), ტაბულა (5 794), იბერია (5 000) და პალიტრა ტვ (3 790).

შპს თბს ტვ-სა და იუსტიციის სამინისტროს შორის გაფორმებული ხელშეკრულება არ იძლეოდა იმის გარკვევის საშუალებას, თუ რა ღირებულების მომსახურების შეძენა მოხდა რომელ მედია საშუალებიდან (რუსთავი 2, იმედი, მაესტრო და GDS) და ეს თანხა „ერთიან ხელშეკრულებებში“ მოვახვედრეთ.

დაიგრამა 2.2. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებაში, 2016

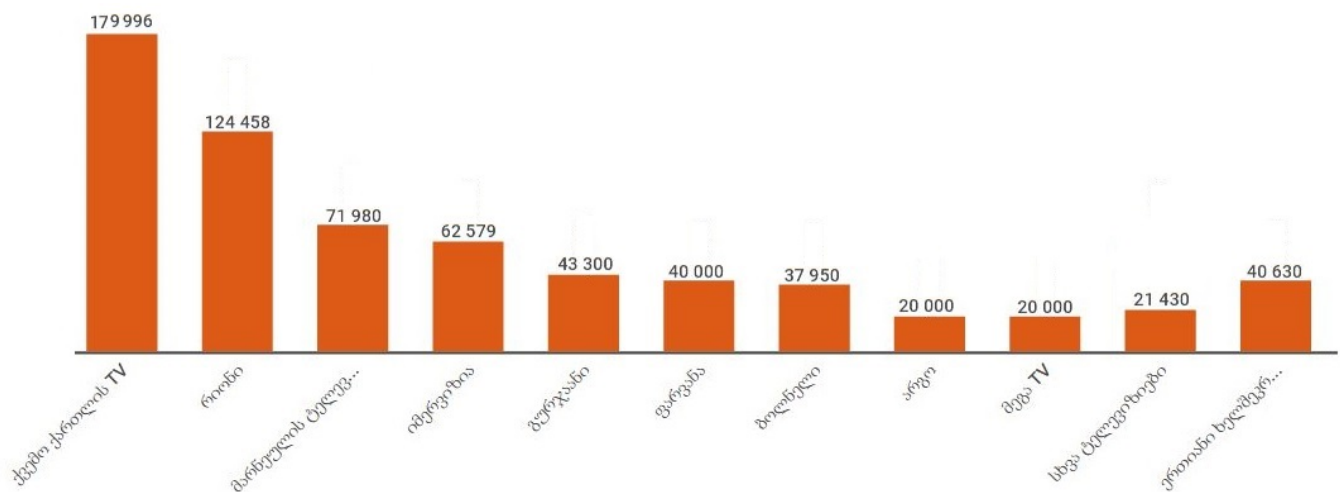


რეგიონული ტელევიზიები. რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული სარეკლამო და საინფორმაციო ხელშეკრულებების 94%-ს ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებსა და მათ დაქვემდებარებულ უწყებებზე მოდის.

რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი თანხა 2015 წლის მსგავსად კვლავ ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული (179 996 ლარი), რომლის შემოსავლის 100%-ს 2015 წელს საბიუჯეტო

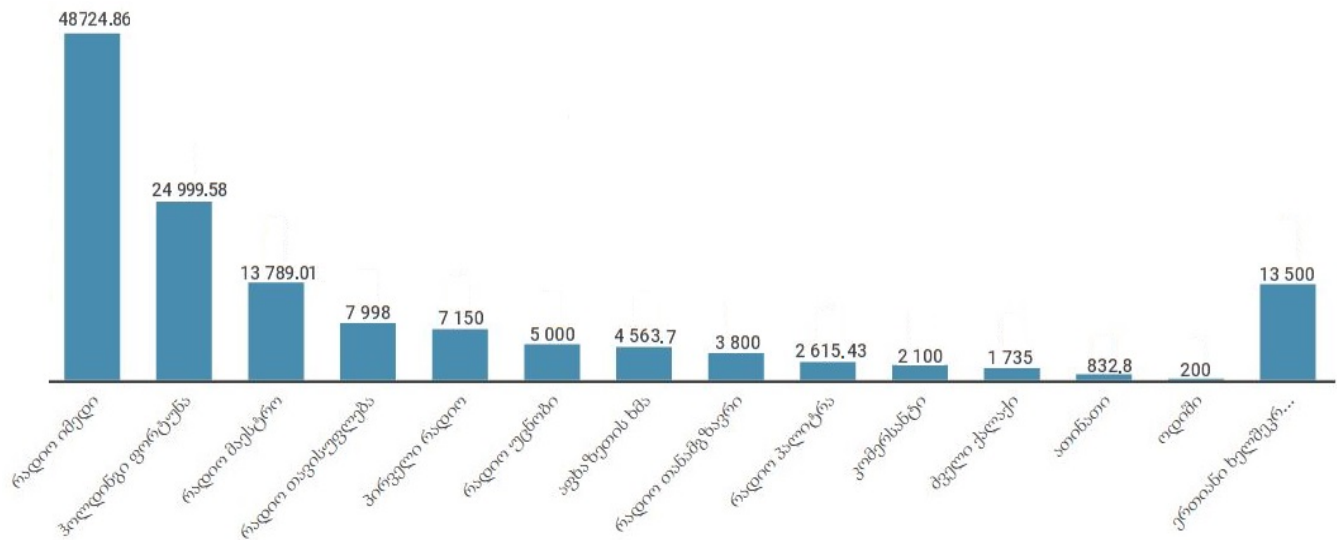
შემოსავალი შეადგენდა, რაც გარკვეულწილად სუბსიდირების სახეს ატარებდა. ქვემო ქართლის ტელევიზიას მოსდევს ტელეკომპანია რიონი (იმერეთი) (124 458) და მარნეულის ტელევიზია (71 980), რომლის საბიუჯეტო რეკლამა 2015 წელთან შედარებით მნიშვნელოვნად გაზრდილია (2015: 31 725). სხვა რეგიონულ ტელევიზიებში შემდეგი ვითარება იკვეთება: „იმერვიზია“ – 62 579, „გურჯაანი“ – 43 300; „ფარვანა“ – 40 000; „ბოლნელი“ – 37 950; „არგოსა“ და „მეგა-ტვ“-ს იდენტური მაჩვენებელი აქვთ – 20 000 ლარი; სხვა ტელევიზიებმა („ჯიხა“; „კოლხეთი 89“; „ოდიში“; „ეგრისი“; „მეცხრე ტალღა“; „ბორჯომი“) ჯამში 21 430 ლარის სარეკლამო მომსახურება მიიღეს. ერთიანი ხელშეკრულებებით (ერთდროულად რამდენიმე კომპანია) კი 40 630 ლარის მომსახურების გაწევა იყო გათვალისწინებული.

დიაგრამა 2.3. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2016



რადიოები. რადიომაუწყებლებიდან ყველაზე მეტი ღირებულების საბიუჯეტო კონტრაქტი რადიო იმედმა მიიღო (48 725 ლარი), რომელსაც მოსდევს ჰოლდინგი ფორტუნა (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) – 25 000 ლარი, რადიო მაესტრო – 13 789, რადიო თავისუფლება – 7 998, პირველი რადიო – 7 150; რადიო უცნობი – 5 000; აფხაზეთის ხმა – 4 564; რადიო თანამგზავრი (შპს მომხმარებელთა საყურადღებოდ) – 3 800; რადიო პალიტრა – 2 615, კომერსანტი – 2 100, რადიო ძველი ქალაქი – 1 735, ათინათი – 833, ოდიში – 200; ერთიანი ხელშეკრულებით კი 13 500 ლარის ღირებულების მომსახურების შესყიდვა ერთდროულად რამდენიმე რადიოსთან განხორციელდა.

დიაგრამა 2.4. საბიუჯეტო თანხების გადანაწილება რადიოებში

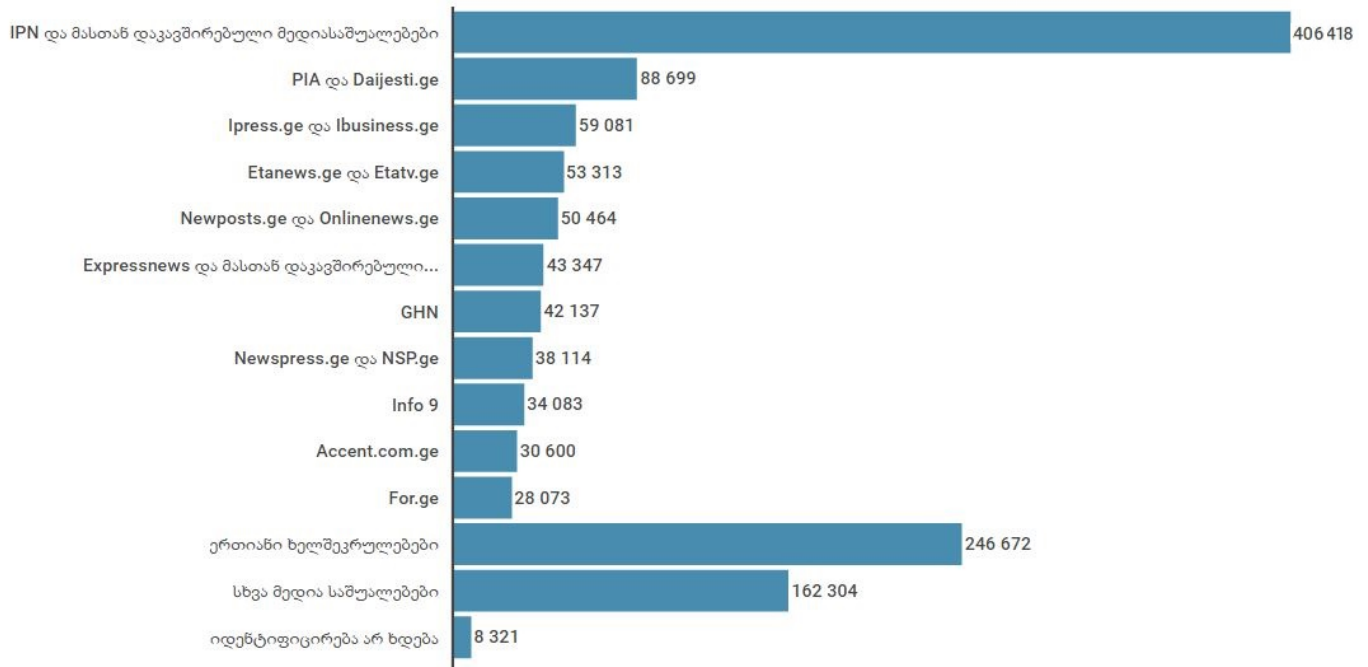


ონლაინ მედია. ონლაინ მედიაში საბიუჯეტო კონტრაქტების მხრივ ლიდერობს “პალიტრა მედია” ჰოლდინგი (IPN, PalitraTV.ge, Kvirispalitra.ge, Bpn.ge, Ambebi.ge, Gemrieli.ge) – 406 418 ლარი, რომელსაც მოსდევს PIA და მასთან დაკავშირებული გამოცემა (Daijesti.ge) – 88 699, Ipress.ge და Ibusiness.ge – 59 081; Etanews.ge და Etatv.ge - 53 313; Newposts.ge და Onlinenews.ge - 50 464; Expressnews და მასთან დაკავშირებული მედიასაშუალებები (Argumenti.ge; Economic.ge; 1news.ge) – 43 347, GHN – 42 137; Newspress.ge და NSP.ge - 38 114; Info 9 – 34 083; Accent.com.ge – 30 600; For.ge – 28 073.

საბიუჯეტო ორგანიზაციების ნაწილი საინფორმაციო სააგენტოებთან შუამავალი კომპანიების საშუალებით თანამშრომლობს, რის გამოც შესყიდვების სამსახურის მონაცემთა ბაზაში სრულფასოვანი ინფორმაციის მოძიება, თუ რომელ მედია საშუალებაში განთავსდა ინფორმაცია, რთულდება. 2016 წელს 246 672 ლარის ღირებულების ასეთი კონტრაქტი შპს აიფიემ კვლევებთან, შპს კლიპ-არტთან და შპს ჯეპრასთან გაფორმდა, რაც ნაწილობრივ მონიტორინგის ღირებულებასაც მოიცავს. მათგან MDF-ს მხოლოდ კლიპ-არტმა არ მიაწოდა ინფორმაცია იმ სააგენტოების შესახებ, რომელშიც საბიუჯეტო ორგანიზაციების ინფორმაციას ანთავსებდა.

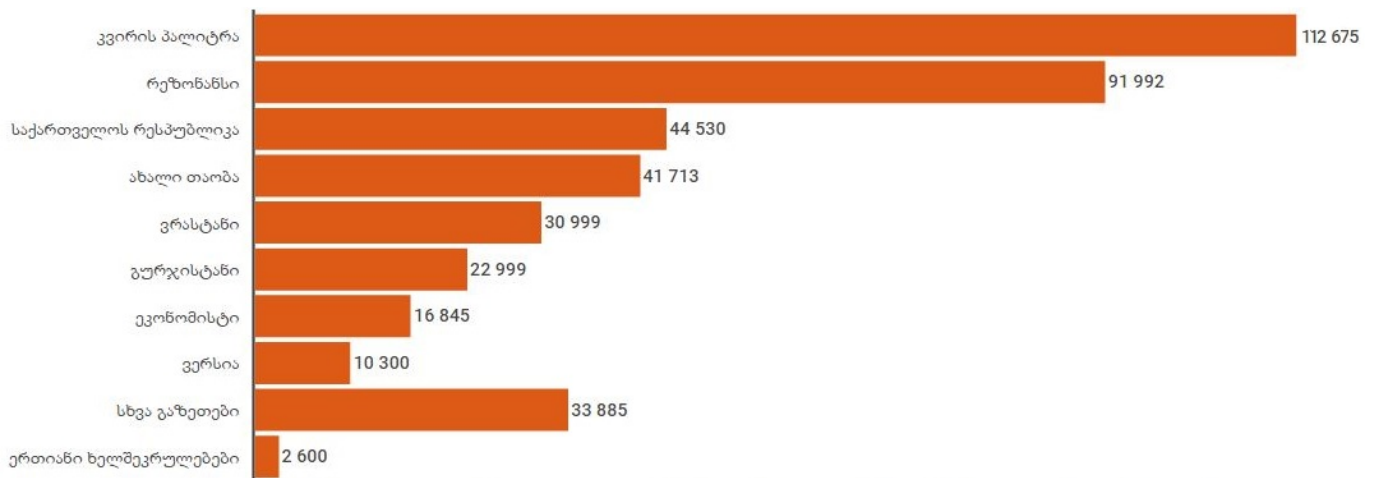
სხვა მედია საშუალებებში კი, რომელთა ჯამური საბიუჯეტო კონტრაქტები 25 000 ლარზე ნაკლებია, ჯამში 162 304 ლარის ღირებულების ხელშეკრულება გაფორმდა. 8 321 ლარის ღირებულების კონტრაქტში კონკრეტული მედია საშუალების იდენტიფიცირება ვერ მოხერხდა.

დიაგრამა 2.5. საბიუჯეტო რეკლამის და საინფორმაციო მომსახურების გადანაწილება ონლაინ მედიაში, 2016



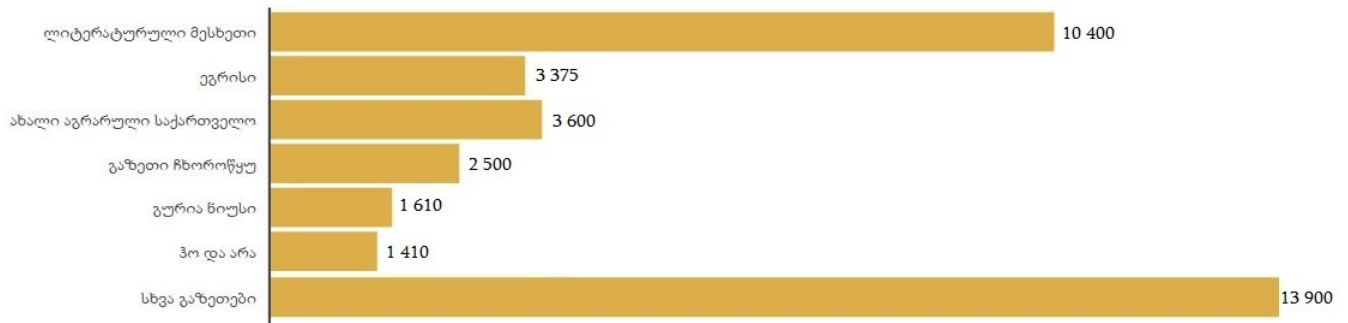
ბეჭდვითი მედია. ბეჭდვით მედიაში ყველაზე მეტი თანხის (112 675) ხელშეკრულება “კვირის პალიტრასთან” გაფორმდა, შემდეგ ადგილზეა “რეზონანსი” (91 992) და “საქართველოს რესპუბლიკა” (44 530), “ახალი თაობა” (41 713), “ვრასტანი” (30 999), “გურჯისტანი” (22 999), “ეკონომისტი” (16 845), “ვერსია” (10 300), რამდენიმე მედია საშუალებასთან გაფორმებული ერთიანი ხელშეკრულებების ღირებულება კი 2 600 ლარი იყო. კატეგორიაში “სხვა” ის გაზეთებია გაერთიანებული, რომელთა კონტრაქტები 9 ათას ლარზე ნაკლებია („ფოკუსი“, „პრაიმ თაიმი“, საქართველოს რკნიგზის ჟურნალი, ჯორჯია თუდეი, მსოფლიო 2016), ერთიანად კი მათმა ჯამმა 33 885 ლარი შეადგინა.

დიაგრამა 2.6. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება გაზეთებში, 2016



რეგიონულ ბეჭდურ მედიაში ყველაზე მეტი თანხის ხელშეკრულება „ლიტერატურული მესხეთთან“ გაფორმდა (10 400), რომელსაც მოსდევს „ეგრისი“ (3 375), „ახალი აგრარული საქართველო“ (3 600), „გაზეთი ჩხოროწყუ“ (2 500); „გურია ნიუსი“ (1 610), „ჰო და არა“ (1 410). სხვა გაზეთებს კი ჯამში 13 900 ლარის ხელშეკრულებები გაუფორმდათ.

დიაგრამა 2.7. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ გაზეთებში, 2016



3. საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ

შემაჯამებელი კარავრაფი: საბიუჯეტო ორგანიზაციები აგრძელებენ კონტრაქტების გაფორმებას ისეთ მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ. წინა პერიოდისგან განსხვავებით, 2016 წელს კონტრაქტორთა შორის ღიად პრორუსული გამოცემა “თბილისი 24” აღმოჩნდა, რომელიც პრორუსულ პარტია “ცენტრისტებთან” დაკავშირებული ორგანიზაციაა. აღნიშნულ გამოცემაში საინფორმაციო კამპანიას სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო ახორციელებს.

მედიის განვითარების ფონდის 2015⁶ და 2016⁷ წლების 6 თვის მონიტორინგმა აჩვენა, რომ გარკვეული საბიუჯეტო ორგანიზაციები რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით კონტრაქტებს ისეთ მედიებთან აფორმებენ, რომლებიც სიძულვილის ენას და ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ. 2016 წლის მონაცემების დამატებით შესწავლამ აჩვენა, რომ ადრე გამოვლენილი მედია საშუალებების გარდა სასჯელაღსრულების და პრობაციის სამინისტროს საინფორმაციო მომსახურების ხელშეკრულება ღიად პრორუსულ მედია საშუალებასთან “თბილისი 24”-თან ჰქონდა გაფორმებული როგორც 2016, ასევე 2017 წელსაც. აღნიშნული გამოცემა პარტია პრორუსულ პარტია “ცენტრისტებთან” დაკავშირებული ორგანიზაციაა, რომელიც წინასაარჩევნოდ საქართველოში რუსული ბაზების დაკანონების მოთხოვნით გამოვიდა.

ქვემოთ მოცემული ცხრილი ასახავს იმ მედია საშუალებებს, რომლებიც სიძულვილის ენითა და ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკით გამოირჩეოდნენ და 2016 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციებთან კონტრაქტები გაუფორმდათ:

⁶ MDF (2015), საბიუჯეტო სახსრები სიძულვილის ენისა და ანტიდასავლური განწყობების გამავრცელებელ მედიაში.
<http://mediameter.ge/ge/research/sabiujeto-saxsrebi-sizulvilis-enisa-da-antidasavluri-gancqobebis-gamavrcelebel-mediashi>
⁷ MDF (2016), რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო რესურსების განაწილების პრაქტიკა
<http://mdfgeorgia.ge/geo/view-library/31>

ცხრილი 3.1. 2016 წელს გაფორმებული საბიუჯეტო კონტრაქტები მედიებთან, რომლებიც სიძულვილის ენას, ანტიდასავლურ განწყობებს აღვივებენ და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენენ.

მედია საშუალება	საკონტრაქტო მომსახურების თანხა	საბიუჯეტო ორგანიზაცია
გაზეთი “საქართველოს რესპუბლიკა”	41 790	აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო; აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო; რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი; საქართველოს ეროვნული ბანკი და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები
Newspress.ge, NSP	37 514	საქართველოს სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო; საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო; საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, განსახლებისა და ლტოლვილთა სამინისტრო; საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს მომსახურების სააგენტო; სსიპ - განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი; აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო; ნდობის აღდგენისა და შერიგების საკითხებში აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის მინისტრის აპარატი და სხვა საქვეუწყებო ან ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები
ობიექტივი	10 000	ცენტრალური საარჩევნო კომისია
თბილისი 24	3 000	სასჯელაღსრულების და პრობაციის სამინისტრო

"თბილისი 24"-ის შესახებ: საინფორმაციო სააგენტო შპს "თბილისი 24" საჯარო რეესტრში 2015 წლის 26 მარტს დარეგისტრირდა. მისი მფლობელები გოჩა ნაჭყებია (50%) და მაია შაიშმელაშვილი (50%) არიან. გოჩა ნაჭყებია, რომელიც ამავდროულად "თბილისი 24"-ის დირექტორია, პარტია "ცენტრისტების" ერთ-ერთ ლიდერთან, ვლადიმერ ბედუკაძესთან დაკავშირებული პირია. ორივე მათგანი "საზოგადოებრივი მონიტორინგის ცენტრის" გამგეობის წევრია. „ცენტრისტების“ ოფიციალურ ვებ-გვერდზე მითითებული ინფორმაციის თანახმად, ვლადიმერ ბედუკაძე პარტიის თავჯდომარის მოადგილეა.

თბილისი 24-მა 12 ივლისს “ცენტრისტების” შესახებ გამოაქვეყნა რუსული მედია საშუალების გაზეთ “ვზგლიადის” სტატია⁸, სათაურით “საქართველოში პირველი ღიად პრორუსული პარტია გაჩნდა”⁹ (В ГРУЗИИ ПОЯВИЛАСЬ ПЕРВАЯ ОТКРОВЕННО ПРОРОССИЙСКАЯ ПАРТИЯ).

ვლადიმერ ბედუკაძე, რომელიც გახმაურებული ციხის კადრების ავტორია, 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებში პოლიტიკური გაერთიანება “ცენტრისტების” საარჩევნო სიით მონაწილეობდა. “ცენტრისტების” საზოგადოებრივ მაუწყებელის ეთერში განთავსებულმა წინასაარჩევნო რგოლმა, რომელიც შეიცავდა დაპირებებს 400 ლარიანი რუსული პენსიისა და რუსული ბაზების დაკანონების შესახებ, საზოგადოებაში მკვეთრად ნეგატიური გამოხმაურება გამოიწვია. ამის გამო 14 აგვისტოს, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა პარტიის წინასაარჩევნო რგოლი ეთერიდან მოხსნა. აღნიშნული კლიპი “თბილისი 24”-ის ვებ-გვერდზეა ხელმისაწვდომი¹⁰.

16 აგვისტოს “ცენტრისტებს” ცესკომ საარჩევნო რეგისტრაცია გაუუქმა, რადგან პოლიტიკური გაერთიანების ხელმძღვანელი პირის უფლებამოსილება და მისი თავმჯდომარეობა საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით არ არის იურიდიული ძალის მქონე. ცესკოს მიერ რეგისტრაციის გაუქმების შემდეგ, 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებში ვლადიმერ ბედუკაძე “საქართველოს კომუნისტური პარტია- სტალინელების (ივანე წიკლაური)” პარტიული სიით მონაწილეობდა, ამავე სიაში იყო ცენტრისტების მეორე წევრი, უშიშროების ყოფილი მინისტრი თენგიზ ხაჩიშვილიც.

2016 წლის 12 დეკემბერს საინფორმაციო სააგენტომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზაციის მოთხოვნით მიმართა. კომისიის 22 დეკემბრის გადაწყვეტილებით, შპს „თბილისი 24“ მაუწყებლობაზე ავტორიზებულ პირად გატარდა. საავტორიზაციო პირობების თანახმად, „თბილისი 24“-მა დღე-ღამის განმავლობაში მინიმუმ 6 საათი ქართულ ენაზე უნდა იმაუწყებლოს. იგი ინტერნეტ ტექნოლოგიის და მაუწყებლობის ტრანზიტზე ავტორიზებული პირების ქსელის საშუალებით გავრცელდება.

“თბილისი 24“-ის სარედაქციო პოლიტიკა: გამოცემა ღიად პრორუსულ სარედაქციო პოლიტიკას ატარებს და რუსულ პროპაგანდისტულ მედია საშუალებებზე დაყრდნობით დასავლეთთან დაკავშირებით დეზინფორმაციებს ავრცელებს. ცხრილი 3.2 ასახავს “მითების დეტექტორის” პროექტის ფარგლებში გამოვლენილ რამდენიმე დეზინფორმაციას, რომელიც “თბილისი 24“-მა 2016-2017 წლებში გაავრცელა.

⁸ 15 ივნისი, 2016 <https://vz.ru/news/2016/6/15/816190.html>

⁹ 12 ივლისი, 2016. <http://bit.ly/2oyIOP2>

¹⁰ 16 აგვისტო, 2016. <http://bit.ly/2nvlTZf>

ცხრილი 3.2. დეზინფორმაციული მასალები “თბილისი 24”-ში რუსულ წყაროებზე დაყრდნობით

თარიღი	დეზინფორმაცია	მასალაში მითითებული რუსული პირველწყარო	იდენტური რუსულენოვანი წყარო
26 მარტი, 2017	გერმანიის კანცლერ ანგელა მერკელთან შეხვედრის დროს, დონალდ ტრამპმა მას NATO-ს მომსახურების 300 მილიარდიანი ქვითარი გადასცა ¹² .	lenta.ru ¹¹	
5 მარტი, 2017	ავსტრიის საგარეო საქმეთა მინისტრი საქართველოში, ეგვიპტესა და დასავლეთ ბალკანეთში ევროკავშირის ლტოლვილთა ცენტრის განთავსების ინიციატივით გამოდიოდა ¹³		Парламентская газета; Life.ru; REN-TV; lenta.ru; ntv.ru; რუსულენოვანი RT.
5 მარტი, 2017	მანიპულაციური სათაური: „რუსეთი არ დაუშვებს საქართველოში სირიელი ლტოლვილების განთავსებას“ ¹⁵ .	ntv.ru ¹⁴	
26 თებერვალი, 2017	ფოტოფეიკი, დეზინფორმაცია თითქოს უკრაინის ერთ-ერთი საბავშვო ბაღის აღსამზრდელებს ზარბაზნების გაკეთება დაავალეს. მათ კი ფალოსის ფორმები გამოძერწეს, რამაც სოციალურ მედიაში აღშფოთება და პედაგოგთა დასჯის მოთხოვნა გამოიწვია ¹⁶ .	რუსულენოვანი ფეისბუქ ჯგუფი Семейя до слёз	
27 იანვარი, 2017	დეზინფორმაცია "ქართული ლეგიონის" მებრძოლებმა უკრაინა დატოვეს ¹⁸	Риа Новости ¹⁷	Novorossia Vision; Rusnewstoday24
21 დეკემბერი, 2016	მანიპულაცია თითქოს ევროკავშირი საქართველოს ღორების პასპორტიზაციას ავალდებულებს ¹⁹		
31 ოქტომბერი, 2016	დეზინფორმაცია აშშ-მ ბელარუსიასთან უვიზო მიმოსვლა დააწესა ²¹	რუსულენოვანი USA Radio ²⁰	rnbee.ru; Одноклассники
29 იანვარი, 2016	საბჭოთა პროპაგანდის მითი ჯეიმს ფორესტალის რუსოფობიის შესახებ ²²		„Аргументы и Факты“
16 სექტემბერი, 2016	“ცეერუს” აგენტი სანდრა რულოვსკი ადამიანის ორგანოებით ვაჭრობს ²³		ტელეკომპანია "Звезда" SLOVO.net.ua

¹¹ 26 მარტი, 2017 <http://bit.ly/2oxpeGJ>

¹² მითების დეტექტორი, 28 მარტი, 2017. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/729

¹³ მითების დეტექტორი, 6 მარტი, 2017. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/697

¹⁴ 5 მარტი, 2017 <http://www.ntv.ru/novosti/1779439/>

¹⁵ მითების დეტექტორი, 6 მარტი, 2017. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/697

¹⁶ მითების დეტექტორი, 28 თებერვალი, 2017. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/693

¹⁷ 26 იანვარი, 2017 <https://ria.ru/world/20170126/1486535993.html>

¹⁸ მითების დეტექტორი, 2 თებერვალი, 2017. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/657

¹⁹ მითების დეტექტორი, 23 დეკემბერი, 2016. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/613

²⁰ <http://usa-radio.com/united-states-announces-no-visa-policy-for-belarus/3/>

²¹ მითების დეტექტორი, 28 ნოემბერი, 2016. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/541

²² მითების დეტექტორი, 20 ივლისი, 2016. http://eurocommunicator.ge/geo/view_myth/421

²³ <http://bit.ly/2nzCBIC>

სასჯელალსრულებისა და პრობაციის სამინისტროს მასალების გაშუქება “თბილისი 24”-ში. ღიად პრორუსულ მედია საშუალებასთან, რომელიც დეზინფორმაციისა და რუსული პროპაგანდის ტირაჟირებას ახდენს, სასჯელალსრულებისა და პრობაციის სამინისტრომ 2016 წელს 3 000 ლარის ღირებულების კონტრაქტი, ხოლო 2017 წელს 3387 ლარის ღირებულების კონტრაქტი გაუფორმა. 2016 წლის კონტრაქტს ხელი სამინისტროს მხრიდან მინისტრის მოადგილე ბესიკ დევდარიანმა, ხოლო 2017 წელს მინისტრის მოადგილე თეიმურაზ მღებრიშვილმა მოაწერეს.

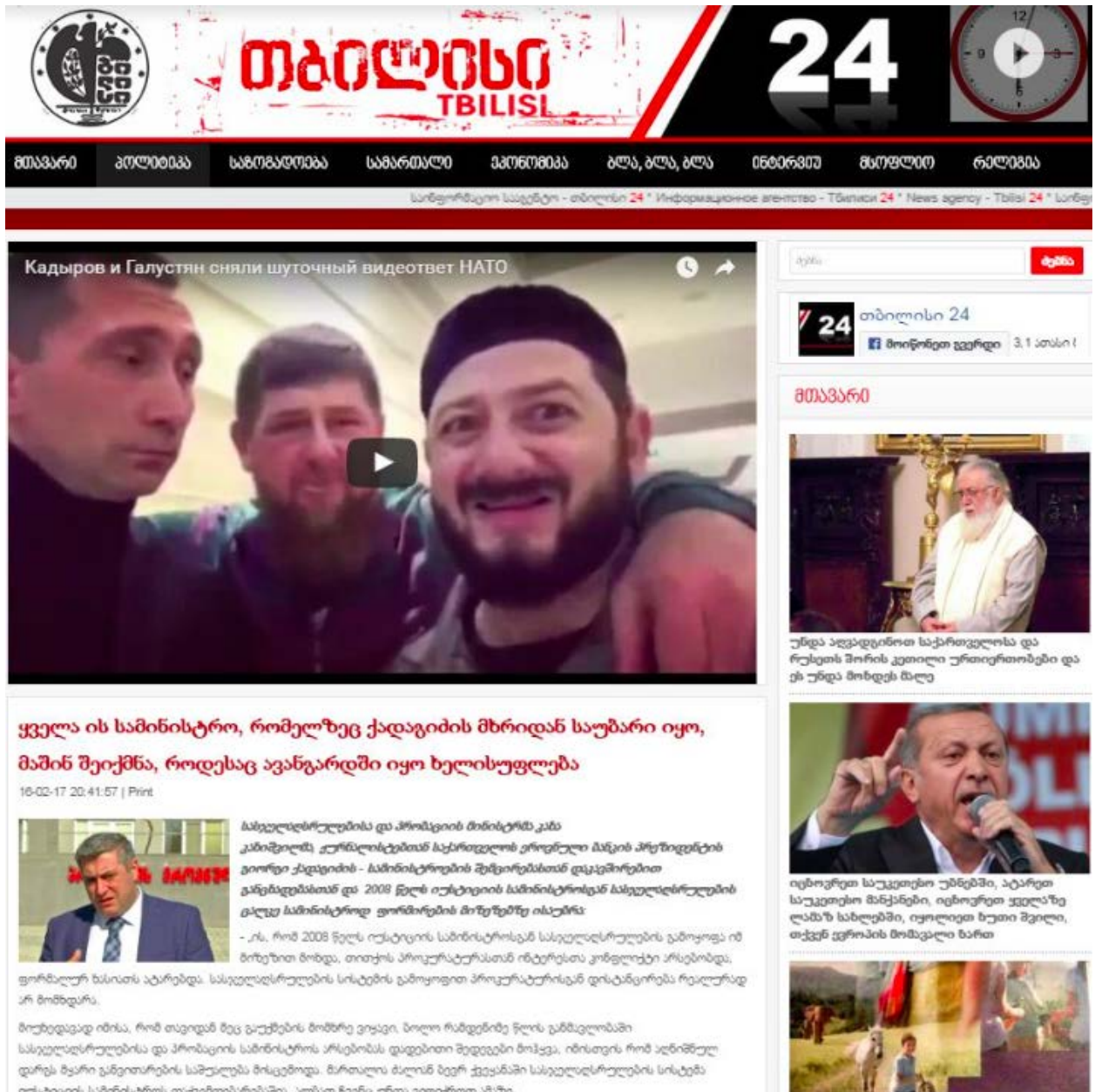
„შემსყიდველი“	„მიმწოდებელი“
საქართველოს სასჯელალსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო	შპს „თბილისი 24“
მის: ქ. თბილისი, ს. ეულის ქ. N3 ს/კ 204564934 სახელმწიფო ხაზინა კოდი: ს/კ 220101222; ა/ა 200122900	მისამართი: ქ. თბილისი, აეროპორტის დასახლება კ.126, ბ.1 ს/კ 406143258 სს „თბილისი ბანკი“ # GE69TB7213636080100006
მინისტრის მოადგილე /ბესიკ დევდარიანი/	დირექტორი /გონა ნაჭყებია/

ფოტო 1. თბილისი 24-თან 2016 წლის კონტრაქტს სასჯელალსრულებისა და პრობაციის მინისტრის მოადგილე ბესიკ დევდარიანი აწერს ხელს.

„შემსყიდველი“	„მიმწოდებელი“
საქართველოს სასჯელალსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო	შპს „თბილისი 24“
მის: ქ. თბილისი, ს. ეულის ქ. N3 ს/კ 204564934 სახელმწიფო ხაზინა კოდი: ს/კ 220101222; ა/ა 200122900	მის: ქ. თბილისი, თავისუფლების მოედანი 4/2 ს/კ 406143258 სს „თბილისი ბანკი“ GE69TB7213636080100006 tiflisi24@gmail.com
მინისტრის მოადგილე /თეიმურაზ მღებრიშვილი/	დირექტორი /გონა ნაჭყებია/

ფოტო 2. თბილისი 24-თან 2017 წლის კონტრაქტს სასჯელალსრულებისა და პრობაციის მინისტრის მოადგილე თეიმურაზ მღებრიშვილი აწერს ხელს.

ხელშეკრულების საგნად მითითებულია ახალი ამბების სააგენტოს მომსახურების შეძენა. მიღება-ჩაბარების აქტების საფუძველზე მოძიებული მასალების მიხედვით სამინისტრო “თბილისი 24”-ის ვებ-საიტზე უწყებების ცალკეული აქტივობებისა და მინისტრის კომენტარების განთავსებას ახდენს.



ფოტო 3. “თბილისი 24-ის” ვებ-გვერდზე 2016 წლის 17 თებერვალს განთავსებულია სასჯელაღსრულების და პრობაციის მინისტრის კახა კახიშვილის კომენტარი, ასევე ჩეჩნეთის რესპუბლიკის პრეზიდენტის რამზან კადიროვისა და იუმორისტების, მიხეილ გალუსტიანის და დიმიტრი გრაჩოვის სატირული ვიდეო ნატოს შესახებ.

Newspress-ი და მასთან დაკავშირებული NSP. როგორც ცხრილი 3.1-დან ჩანს, სხვადასხვა საბიუჯეტო ორგანიზაციებს 2016 წელს ხელშეკრულებები შპს “ინფონიუსთან” ჰქონდათ გაფორმებული, რაც ონლაინ გამოცემებში Newspress-ი და NSP-ი ჯამურად 37 514 ლარის ღირებულების საინფორმაციო მომსახურების გაწევას ითვალისწინებდა. შპს “ინფონიუსის” სახელით ხელშეკრულებებს ალექსანდრე ჩუბინიძე აწერს ხელს, რომელიც დამოუკიდებლობა.คอม-ის 2015 წლის მონაცემების თანახმად, რუსეთის ხელისუფლების მიერ დაფუძნებული პროპაგანდისტული პლატფორმის “სპუტნიკ-საქართველოს” თანამშრომელი იყო²⁴. დეტალური ინფორმაცია, თუ როგორ ახდენდა Newspress-ი “სპუტნიკის” მასალების, ასევე რუსული პროპაგანდისტული გამოცემების ანტიდასავლური გზავნილების გავრცელებას თავის ვებ-გვერდზე, მათ შორის ლუგარის ლაბორატორიის, ნატოს და სხვა თემების შესახებ, მედიის განვითარების ფონდის წინა კვლევაშია ასახული²⁵. ამავე ანგარიშში საუბარია ალექსანდრე ჩუბინიძის კავშირებზე პრორუსულ პარტია დემოკრატიულ მოძრაობა - ერთიან საქართველოსთან.

საქართველოს რესპუბლიკა. რაოდენობრივი თვალსაზრისით ყველაზე დიდი ღირებულების ხელშეკრულებები საბიუჯეტო ორგანიზაციებს გაზეთ “საქართველოს რესპუბლიკასთან” აქვთ გაფორმებული (41 790). 2015 წელს გამოქვეყნებულ MDF-ის კვლევაში²⁶ გაზეთის ჰომოფობიური, ქსენოფობიური და ანტიდასავლური სარედაქციო პოლიტიკის საილუსტრაციოდ რამდენიმე სტატიის სათაურია მოყვანილი: “ნატო-ევროპისკენ მიმავალი გზა ქართველების უკანალზე გადის?”, “სანამ გავსოდომ-გომორდებით”, “გაპედარსტებული ფრანცია, ვლადიმერ “მუჟიკი” და იურისტი ნახალოვკაში”, “გაჩინეთდება თუ გაჩინებულდება საქართველო?” და სხვა.

²⁴ დამოუკიდებლობა.com, 24 ივლისი, 2015. “ვინ მუშაობს სპუტნიკისთვის?” http://damoukidebloba.com/c/news/vin_mushaobs

²⁵ MDF (2016), რეკლამის და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით მედიაში საბიუჯეტო რესურსების განაწილების პრაქტიკა, გვ.17 http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/31/file/MDF_TI.pdf

²⁶ MDF (2015), საბიუჯეტო სახსრები სიძულვილის ენისა და ანტიდასავლური განწყობების გამავრცელებელ მედიაში. <http://mediameter.ge/ge/research/sabujeto-saxsrebi-sizulvilis-enisa-da-antidasavluri-gancqobebis-gamavrcelebel-mediashi>